

внуков и не уделяют времени для просмотра телепередач культурной тематики, мало интересуются культурными новшествами современного общества (рис. 2).

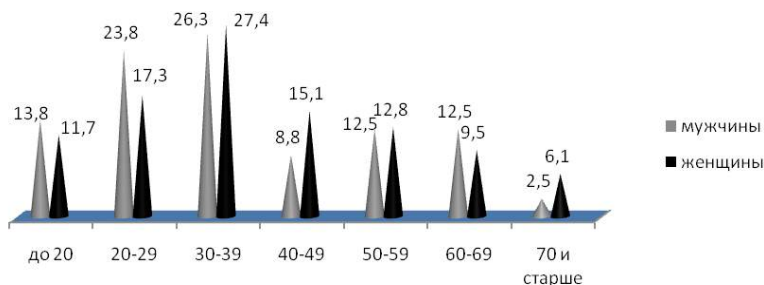


Рис. 2. Предпочтения в получении информации культурной тематики, %

Как показали результаты проведенного социологического исследования, большинство белорусской телевизионной аудитории интересуют кинофильмы и сериалы (57,2 %). На втором месте по тематическим предпочтениям располагаются новостные программы (44,5 %). Меньше всего население страны интересуется глобальными и межнациональными вопросами, а также проблемами местного самоуправления.

Таким образом, ведущую роль в формировании информационной культуры в современном белорусском обществе продолжает играть телевидение. В ходе проведенного социологического исследования зафиксировано, что белорусская телевизионная аудитория ориентирована в большей степени на кинофильмы, сериалы и развлекательную информацию.

Анна Лебедева

Белорусский государственный университет

ИНФОРМАЦИОННЫЙ КОНТЕНТ РАДИОСТАНЦИИ «МВ-РАДИО»

Для более детального рассмотрения данной темы в первую очередь обратимся к определению понятия «контент». К примеру, согласно Большому энциклопедическому словарю, «контент (лат. content – содержание), информационное наполнение сайта – тексты, графическая,

аудио-, видеоинформация, а также вообще информационное содержание газеты, сборника статей, материалов, телепрограмм» [1].

Большой толковый словарь русского языка под редакцией С.А. Кузнецова дает следующее определение слова «контент»: КОНТЕНТ [англ. *content* – содержимое] *книжн.* Содержание книги, статьи, пьесы. *Анализировать к. сайта.* Контентный, -ая, -ое. *К. анализ* [2].

Таким образом, применительно к СМІ «контент» – это наполнение, содержание информационного ресурса, в частности радиостанции. Следует отметить, что контент любого СМІ формирует его программная политика. Например, у каждой радиостанции она уникальна и несет в себе элемент «миссии», базируется на двух составляющих – стратегии и тактике. Стратегия программирования – это определенный набор программ, соответствующий общей концепции (программной политике) станции, предполагающей планирование работы на длительную перспективу. Если стратегия в значительной степени ориентирована на то, что именно выдавать в эфир, то тактика, напротив, решает краткосрочные задачи, такие как когда и где (в каком месте эфирной сетки) «продукт» должен звучать. Важную роль при этом играет и связь с аудиторией. «Характер станции должен позволять целевой аудитории узнать его, чтобы слушатели стали “друзьями” радиостанции. Индивидуальность считается одним из основных принципов теории программирования» [3], т. е. формирования контента радиостанции, в том числе информационного.

Исходя из того, что аудиторией «МВ-радио» являются жители Минской области, основой его стратегического программирования стали передачи, которые освещают события и факты, произошедшие в этом регионе, а также важные и значимые новости республиканского и международного уровней. Потому базу эфирного вещания составляют ежечасные выпуски новостей, а также информационно-аналитические интерактивные программы, комментарии, репортажи с мест событий, интервью с интересными людьми Минщины, спортивные новости, прогноз погоды, поздравительные и авторские программы различной тематической направленности.

Свое вещание «Минская волна» – такое название радиостанция носила до осени 2011 года – начала 4 сентября 2004 года. Тогда она выходила 17 часов в сутки на частотах 97,4 в Минске и 105,3 – в Солигорске. Сегодня «МВ-радио» можно услышать на 95 % территории Минской области. Это более 3.5 млн потенциальных радиослушателей. С 2008 г. радиостанция вещает в круглосуточном режиме. «МВ-радио», как за-

являют его создатели, стремится жить в одном ритме с деловыми и активными, а также теми, кто только утверждается в этом статусе. Именно для такой аудиторной ниши радиостанция воплощает концепцию Breaking News – новости звучат сразу же, как только они появляются на ленте информационных агентств. «Наша цель – быть рядом с Вами, будь то офис, дом или отдых, поэтому мы разработали уникальный контент – Business Lite: оптимальное сочетание деловых и потребительских новостей» [4].

С утра по будням – интенсивное информирование. Кроме ежечасных выпусков новостей, в которых максимум составляют сообщения из жизни Минской области, в период с 6.00 до 9.00 в начале каждого часа выходят «МВ-Новости», а в середине – «МВ-Новости. Коротко». Ежедневно по будням в 8.20 и 9.20 звучат «Новости спорта», а каждый вторник в 11.15 и 16.30 выходит программа «Спор про спорт» с Викторией Шмановской и Вадимом Зенькевичем. Также каждый день в 9.50 на частотах «МВ-радио» – «Бизнес-MANУторинг». Это свежие новости экономики, банковской сферы, предпринимательства, налогообложения, курсы валют и комментарии экспертов. Завершает утренний информационный эфир выпуск программы «Люди. События. Факты» (10.45), в которой можно услышать подробности событий одного из 7 районов Минского региона (Столбцовского, Борисовского, Солигорского, Несвижского, Слуцкого, Клецкого и Молодечненского) или города Жодино.

Таким образом, утренний информационный контент до 11 часов «МВ-радио» запрограммирован из расчета, что в это время слушатели наиболее активны: они только проснулись, хотят знать последние новости, нуждаются в позитивном настроении.

Дискуссионный клуб «Открытая студия» выходит дважды в месяц (в первую и третью среды) в 11.15 и длится 45 минут. Самые острые социальные, экономические и политические темы находят отражение в этой программе.

С 12.00 до 16.00 более насыщенной становится музыкальная составляющая. Стоит отметить, что при программировании данного эфирного сегмента также учитывается специфика аудитории, которая в это время занята на работе. Потому информационное вещание сведено к выпускам новостей.

С 16.00 опять начинается интенсивное информирование, включающее программы познавательного и музыкально-развлекательного характера. Например, по понедельникам в 16.30 в эфире звучит «Формула безопасности», рассказывающая, как действовать в чрезвычайных ситу-

ациях и не стать жертвой обстоятельств. Здесь же анализ самых громких происшествий за неделю с интервью и комментариями от специалистов о пожарной ситуации в Минской области.

Необходимо отметить, что вечерний сегмент (16.00–20.00) также соотнесен с графиком слушателя радиостанции. В завершение рабочего дня идет активное информирование об основных событиях уходящих суток; для тех, кто возвращается домой и находится в пути, передаются автоновости и информация о пробках. По будням в 19.00 и 22.00 выходит пятнадцатиминутная итоговая информационно-аналитическая программа «Кстати», где сконцентрированы все самые важные и интересные новости уходящего дня как в столичном регионе, так в стране и мире.

Таким образом, информационный контент и его количество в эфире «МВ-радио» формирует с учетом примерного распорядка дня своей потенциальной аудиторной ниши, возраст которой обозначен рамками 25–49 лет. К примеру, сетка вещания в будние дни построена с учетом специфики аудитории, которая занята на работе. Главное – не отвлекать, не раздражать, а дополнять. Следует отметить, что многие радиостанции отдают предпочтение той или иной тематике новостей, в зависимости от формата, аудитории, направленности вещания. «МВ-радио», которое, несмотря на то что находится в столице, позиционирует себя как региональное, основной акцент сделан на освещение событий, связанных с жизнью Минской области. От этого зависит и формирование информационного контента данной радиостанции.

Літэратура

1. Контент // Словари и энциклопедии на Академике [Электронный ресурс]. – 2000–2010. – Режим доступа: <http://dic.academic.ru/dic.nsf/kuznetsov/>. – Дата доступа: 7.09.2014.
2. Концепция Breaking News // О станции [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://mvradio.by/radiou/>. – Дата доступа: 7.09.2014.
3. Курейчик, А.В. Брэндінг як абавязальны элемент дзейнасьці / А.В. Курейчик // Журналістыка-2005: на скрыжаванні часу і прасторы: матэрыялы 7-й Міжнароднага навукова-практычнага канфэрэнсу, прысьвечанага 80-годдзю Беларускага радыё і 50-годдзю Беларускага тэлебачаньня / рэдкал.: С.В. Дубовік (адк. рэд.) [і інш.] – Вып. 7. – Мінск, 2010. – С. 66.